

УДК 316.42

*О.А. Борисова***ГОРОД В ВОСПРИЯТИИ ГОРОЖАН: ОТ СТАРОГО ДО СТАРИННОГО**

На сегодняшний день существует множество конкурирующих определений категории «город». Базовые, исторически сложившиеся концепции определяют город через сообщество и через особое пространство. Попытки определения города собственно как предмета исследования все еще продолжаются. С позиции социологии город характеризуется социальными субъектами и их взаимосвязями. Специфика городского пространства определяется соотношением социального и физического в городском пространстве. В статье представлен проект изучения городской среды методом фокус-групповых интервью. Приводятся результаты исследования, проведенного Центром социальных исследований УдГУ в мае 2018 г.: восприятие городского пространства Сарапула. Проект представлен серией фокус-групп в двух возрастных сегментах: 18–30 лет и 31–50 лет. Было проведено по две фокус-группы в каждом возрастном сегменте. В качестве участников привлекались люди, которые не живут постоянно в городе Сарапуле, но регулярно его посещают. Уникальность Сарапула воспринимается в контексте имеющихся природных ресурсов, а так же культурно-исторического наследия. Ассоциативное поле, связываемое участниками фокус-групп с городом Сарапулом, в разных возрастных группах схожее. Оно делится на три смысловых сегмента: малая родина, уютное место отдыха и глухая провинция. По результатам проведения фокус-групповых исследований можно выделить две концепции восприятия Сарапула. С одной стороны, Сарапул – это старый купеческий город (в том или ином формате историческая составляющая города является определяющей), с другой – город-завод. Происходящие на сегодняшний день изменения в городском пространстве Сарапула – выстраивание туристического пространства города посредством формирования определенных туристических мест и достопримечательностей – не воспринимается как некая общая и очевидная модель, скорее как отдельные куски мозаики.

*Ключевые слова:* город, городское пространство, восприятие города, конструирование туристического пространства города.

**Введение**

На сегодняшний день существует множество определений категории «город». Им обозначаются самые разные феномены, и «количество его терминологических модификаций в науке стало уже почти необозримым: Patchwork City, Edge City, Dual City, Global City – вот только некоторые значения, приписываемые ему в различных типологизациях» [1. С. 18].

Сложилось два концептуальных направления рассмотрения категории «город». С одной стороны, исследователи акцентируют внимание на сообществе, с другой – на представлении города как особого пространства, отталкиваясь от идеи рассмотрения города как плотного сообщества до города повседневных практик.

С одной стороны, фокус внимания смещается в сторону «мягкого города», города повседневных практик, взаимодействий. В этом случае внимание сосредоточено на субъективном освоении и переживании городских практик.

С другой стороны, происходит смещение фокуса интереса на то, что обычно мы не фиксируем в контексте изучения города, «остранение города». Так, например, К. Стил акцентирует внимание на том, что город – это то, что они едят [2. С. 17].

Одновременно продолжают попытки поиска самого города, т. е. выделения города как предмета исследования, а не только представление его через сообщество или особое социальное пространство. Подчеркивается локальная специфическая реальность городов.

Город – сложная социальная система, основными характеристиками которой являются социальные субъекты и взаимосвязи между ними. Город – это не только люди или место. Специфика городского пространства определяется соотношением социального и физического в городском пространстве.

**Основные методы**

Интерес к изучению города, городской среды, ее возможностей в направлении выполнения социальных функций достаточно высок. «Социальное пространство города нуждается в инструментальных моделях для комплексного анализа города как жизненной среды человека, выявляющих значимые для горожан параметры и фокусирующихся на субъективном восприятии города его жителя-

ми. Включенность горожанина в социальное пространство города или, наоборот, дистанцирование – важнейшие показатели, с одной стороны, ресурсности пространства с точки зрения выполнения важнейших социальных функций, а с другой стороны – установок жителей в отношении города» [3. С. 7].

Категория «восприятие городского пространства» часто используется в контексте изучения городской проблематики, представления различных методологических и методических приемов изучения городского пространства. Однако не сложилось единого мнения относительно способов эффективного и максимально полного изучения этого вопроса. «Можно выделить три основные проблемы, связанные с изучением восприятия городского пространства, которые делают его специфическим предметом исследования и побуждают к использованию методов, отличных от классических: восприятие пространства происходит в движении, поэтому необходимо использовать мобильные методы; отсутствие рефлексии относительно восприятия городского пространства; трудность вербализации чувственных ощущений, связанных с восприятием городского пространства (особенно в случае тактильного восприятия)» [4. С. 43].

В контексте вышеперечисленного проблемного поля для изучения городского пространства используют следующие методы: go-along, анализ ментальных карт, метод автоэтнографии, метод анализа видеозаписей и метод фокус-групп. Каждый из этих методов имеет свои достоинства и недостатки применительно к изучению городской среды.

Метод go-along предполагает совместное перемещение по городу интервьюера и респондента, при этом происходит конкретизация маршрута перемещения и причин его выбора в соответствии с целью исследования. С одной стороны, исследование происходит в процессе освоения городского пространства. С другой стороны, сильно выражен эффект интервьюера.

Метод ментальных карт помогает визуализировать представление о местности: «изображение местности, выполненное информантом по просьбе исследователя» [5. С. 6]. «Ментальными картами Линч называет восприятие окружающей среды индивидуумом. Это индивидуальная карта известного человеку места. Ментальные карты можно исследовать: спрашивая путь к ориентиру или месту; прося выполнить набросок места или описать его; прося назвать как можно больше мест за короткое время. Социальный психолог Стэнли Милграм в своей книге «Эксперимент в социальной психологии» определяет понятие ментальных карт как образ города, который живет в сознании человека: улицы, кварталы, площади, имеющие для него важность, связывающие их устойчивые маршруты передвижения и ассоциативные цепочки, эмоциональная нагруженность каждого из элементов городской среды» [6. С. 101]. «Говоря о применении этого метода, можно выделить два направления анализа: первое – изучение специфики восприятия какого-либо пространства разными группами людей (например, детьми, стариками или инвалидами), другое направление связано с лонгитюдными исследованиями. В этом случае с помощью анализа ментальных карт изучается изменение со временем восприятия пространства определенным человеком (например, туристом по мере его узнавания местности)» [4. С. 45]. Качество полученных этим методом данных зависит от изобразительных способностей респондентов, что вызывает сложности при обработке (респондент отображает на карте не все, что знает и хотел бы отметить) и ведет к увеличению погрешности конечных результатов.

Метод автоэтнографии базируется на фиксации исследователем собственного опыта движения и восприятия городского пространства. В этом случае исследователь оказывается в достаточно сложном положении, выступая одновременно и объектом, и субъектом собственного исследования. В этом случае возникают сложности в плоскости разведения получаемого нарратива и его анализа.

Метод анализа видеозаписей позволяет отследить траекторию движения по городу, но не его восприятие.

В представленной работе изучение городского пространства осуществлялось методом фокус-групп. «Метод фокус-групп получил широкое распространение в социальных исследованиях. Фокус-группой и похожими терминами называют семейство техник сбора качественных данных посредством группового обсуждения заранее определенной темы под руководством модератора. В то же время эти техники зачастую фокусируются на разных предметах: как минимум исследователя могут интересовать социальные представления (вокабуляр описания и его структура) как о фактически произошедшем (что было и есть), так и о возможном (что будет, что делать, как должно быть); как готовые представления, с которыми приходят участники, так и вырабатываемые в ходе групповой динамики; как представления о конкретной предметной ситуации, так и абстрактные, имеющие понятийную природу» [7. С. 77]. Благодаря своей специфике метод фокус-групп позволяет изучить воспри-

ятие городского пространства в разных социальных группах как на уровне сложившихся представлений, так и в процессе групповой динамики.

Особое место при изучении городской среды занимает восприятие городского пространства самими горожанами. Центром социальных исследований УдГУ в мае 2018 года была проведена серия фокус-групп в двух возрастных сегментах (18–30 лет, 31–50 лет), по две фокус-группы в каждом возрастном сегменте. В качестве участников привлекались люди, которые не живут постоянно в городе, но регулярно его посещают.

### Восприятие городского пространства

Сарапул – типичный малый город УР, с несколькими градообразующими предприятиями, хорошим природно-реакционным ресурсом и историко-архитектурным комплексом. В природном ресурсе, а также культурно-историческом наследии горожане видят уникальность своего города. Однако в целом горожане настроены довольно пессимистично, никаких перспектив, особенно для молодежи, в городе нет: «*Это Сарапул – здесь никому ничего не надо*», «*...У меня такое впечатление ... не очень радостное, что ли, депрессивное*».

Ассоциативное поле с городом, выстраиваемое участниками разных возрастных групп схоже. Ассоциации делятся на три группы: ностальгия / малая родина (в соответствии со стратегией отбора участников многие когда-то проживали в Сарапуле и ездят туда с определенной периодичностью к друзьям или родственникам), уютное место пребывания (отдыха) и глухая провинция: «*недогород*».

*Спокойный, уютный, маленький, много зелени, старый* (Ж, 20 лет).

*Родная деревушка* (Ж, 29 лет).

*Старый, уютный, спокойный* (М, 35 лет).

*Полузаброшенный город* (М, 25 лет).

*Мне нравится там, я люблю Сарапул, уютный маленький городок* (Ж, 40 лет).

*Маленький, задрипанный, скучный* (Ж, 41 год).

*Такой полузаброшенный город* (М, 20 лет).

*Тухло, в кафе одно зашли, а там а-ля 90-е* (Ж, 30 лет).

Участниками фокус-групп было выдвинуто две концепции восприятия Сарапула:

- 1) историческое направление: Сарапул – купеческий город;
- 2) Сарапул – город-завод.

Первое направление больше импонирует аудитории, были сделаны предложения по реконструкции исторических памятников, созданию туристической зоны, организации экскурсий, производству сувенирной продукции и развитию гостиничного бизнеса.

*Основная идея города – город исторический, эту идею надо развивать, мы этим хороши, мы этим знатны, нам есть что показать, все это в божеский вид привести, организовать, и нам не стыдно будет за свой город, можно будет тот же гостиничный бизнес развивать, если люди поедут на что-то смотреть, им будет где ночевать* (М, 21 год).

Город в представлении горожан среднего возраста делится на своего рода профессиональные микрорайоны, территорию, закрепленную за определенным заводом и бесхозную – муниципальную часть. У первой есть хозяин, и в зависимости от его положения оценивается привлекательность этой части города.

*Вот у нас есть ЭГЗ, как раз есть завод, у них есть своя территория, они ее облагородили, Электонд свой парк разбил, это их территория, они за этим смотрят, они ставят там мусорки, облагораживают, детскую площадку там открыли новую, парк, открыли там новую площадку в этом году. А вот взять район Радиозавода, что с него взять?* (Ж, 37 лет).

В большей степени перспективным направлением, с учетом вложения средств в реставрацию и туристический бизнес, было направление «Сарапул – купеческий город». С другой стороны, поднятие промышленного комплекса способствовало бы решению большинства актуальных проблем города.

*Электрогенераторный завод – самое желанное место для большинства сарапульчан для трудоустройства* (Ж, 30 лет).

Известность Сарапула горожане связывают со следующими направлениями: историческое наследие, архитектурный комплекс, природный ландшафт, промышленный комплекс.

Историческое наследие раскрывают через такие индикаторы, как:

- купеческий город;
- символ города – почетный гражданин города – кавалерист-девица Надежда Дурова;
- город, который почти стал столицей УР;
- транспортная развязка: речная, сухопутная;
- музеи, в частности краеведческий музей.

*Прежде всего он считается купеческим городом (М, 42 года).*

*Наш город еще изначально хотели сделать столицей Удмуртии, потому что у нас есть выход на Каму, на ж/д вокзал, проходит шоссе (М, 25 лет).*

Архитектура города в основном представлена либо старинными зданиями в целом, либо какими-то конкретными памятниками:

- старые здания,
- Троицкая церковь,
- дача купца П.А. Башенина,
- набережная.

*У нас до сих пор сохранились старые здания (Ж, 27 лет) .*

*Древние дома купцов (Ж, 37 лет).*

*Дурова у нас, старые здания. Дурова как символ города – это наша история, за счет этого мы узнаем о городе как-то, народный герой, за счет него другие узнают о нас (М, 27 лет).*

*Музеи, мне нравится, что здесь есть музеи, краеведческий, дача Башенина. Когда к нам в гости приезжают, мы показываем, им очень нравится, это все старинное, интересно (Ж, 20 лет).*

Природный ландшафт: зеленый город, вид на Каму – смотровая площадка на горе Урал, стерлядь.

*Природа красивая, Кама, река (Ж, 20 лет).*

*Рыбой в реке Каме... раньше там была рыба стерлядь. Очень красиво, это просто загляденье – там лес, красота, есть что показать, нравится нашим родным, кто приезжает, нравится им здесь, Кама, она очень красивая, ее еще немножко обделать, она вообще, этот пляж (М, 21 год).*

*Очень нравится Урал (Ж, 30 лет).*

Промышленный комплекс в основном представлен в контексте былой славы:

- Сарапульская обувная фабрика,
- Сарапульская кондитерская фабрика,
- единственный в своем роде завод «Элеконд»,
- ЭГЗ,
- Былая слава промышленного комплекса.

*Говорили о сапогах, что у нас купцы, они занимались, они делали сапоги, уникальные были сапоги, в Европе даже славились, эти сапоги там носились несколько десятилетий (М, 25 лет)*

*Кондитерская наша фабрика славится... раньше славила (Ж, 31 год).*

*В свое время промышленность была развита в нашем городе, завод ЭГЗ, Радиозавод, военные радиостанции производили, Кондитерская фабрика по всем ближайшим регионам, Пермскому краю, Оренбургской области, пиво (М, 35 лет).*

*Кстати, у нас один-единственный завод, в России, монополист – «Элеконд», один-единственный завод, больше таких нет (М, 20 лет).*

## Заключение

Таким образом, город Сарапул воспринимается как старый (и даже стареющий) провинциальный городок, тихое зеленое место для отдыха. Важно отметить, что при описании города фигурирует его определение через слово «старый». Город воспринимается как старый, разрушающийся, а хотелось бы видеть красивый старинный город.

Горожане не видят кардинальных изменений в городе: «центр немного поменяли», «набережную сделали».

*Вот для туристического города, я считаю, нужно все это (инфраструктуру) как бы совершенствовать (М, 22 года).*

Город не воспринимается как привлекательный для туристов. Сами горожане говорят, что сводить гостей, кроме Набережной, Урала и дачи Башенина, некуда: «слишком мало мест, куда можно сходить».

*Ну, я не знаю, что там они смотреть просто будут... (М, 25 лет).*

*Ну, вот в Сарануле отдых-то как раз только для бедных (М, 20 лет).*

*Да, но просто там нечего смотреть, по сути (М, 25 лет).*

Город не готов к приему гостей, его нужно облагородить, провести серьезную реконструкцию, чтобы он стал старинным, а не старым.

Из туристических направлений были поддержаны (с определенной долей сомнения в заинтересованности в этом туристов) пеший тур по достопримечательностям города и речной туризм.

*Много можно посмотреть исторических мест, где жили купцы (Ж, 31 год).*

*Ну, если вот сейчас говорили про экскурсии на реке Кама, что этот город на реке, что вот он такой классный.. и что, почему бы и нет?! (Ж, 20 лет).*

*Мне кажется, что речной, потому что Кама, она везде прекрасна, и я хотела, чтобы ее все видели со всех ракурсов (Ж, 21 год).*

*Еще вот, мне кажется, интересно как-то... речной, речное путешествие по Каме там... тоже есть (М, 25 лет).*

Туристическое пространство конструируется фрагментарно, оно не очевидно для жителей. Те из них, кто сталкивался с этим направлением, не были сильно впечатлены.

*Точечно: красивое здание, некрасивое здание... (М, 21 год).*

*Гастрономический тур, потом буквально на прошлой неделе сделали маршрут по мотивам книги «Повесть о рыжей девочке». Да, на самом деле недавно. Водят сугубо по центру, насколько я понимаю, этот маршрут, по лавкам, по уже скучным кафешкам, грубо говоря, рассказывают культурно-историческую часть. И гастрономический тот же тур, он уже действует наверное, ну пару месяцев, так точно, и успел что-то там выиграть. Да, я тоже иногда слежу за этим, вектор задан хороший был (М, 25 лет).*

Происходящие в городском пространстве изменения – выстраивание туристического пространства города посредством формирования определенных туристических мест и достопримечательностей. Пока это поле воспринимается как отдельные куски мозаики, в то время как общая картина не очевидна.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Беркинг Х. Города, как людей, узнаешь по походке // Собственная логика городов: Новые подходы в урбанистике / под ред. Х. Беркинга и М. Лев. М.: Новое лит. обозрение, 2017. С. 17-39.
2. Стил К. Голодный город. Как еда определяет нашу жизнь. М.: Strelkapress, 2016. 456 с.
3. Чернявская О.С. Включенность горожан в социальное пространство современного города (на примере Нижнего Новгорода): автореф. дис. ... канд. социол. наук. Нижний Новгород, 2013. 30 с.
4. Бунич Е.А. Методы изучения восприятия городского пространства // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2012. № 6. С. 43-47.
5. Веселкова Н.В. Ментальные карты города: вопросы методологии и практика использования // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2010. № 31. С. 5-29.
6. Орлова В.В., Иванова Е.С. Ментальные образы города Томска (на примере студентов университета) // Вестник СПбГУ. 2014. Серия 12, вып. 1. С. 99-108.
7. Обраменко О.А., Терентьева Н.Н. Фокусированное интервью по Роберту Мертону: особенности и критерии эффективности метода // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 6. С. 74-90.

Борисова Оксана Александровна, старший преподаватель кафедры социологии  
ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»  
426034, Россия, г. Ижевск, ул. Университетская, 1 (корп. 6)  
E-mail: boa\_77@list.ru

*O.A. Borisova*

**CITY IN THE PERCEPTION OF CITIZENS: FROM THE OLD TO THE ANCIENT**

To date, there are many competing definitions of the category “city”. The basic, historically established concepts define the city through the community and through a special space. Attempts to define the city itself as a subject of research are still ongoing. From the position of sociology, the city is characterized by social actors and their interconnections. The specificity of urban space is determined by the ratio of social and physical in urban space. The article presents a draft study of the urban environment using focus group interviews. The results of a study conducted by the UdSU Center for Social Research in May 2018 are given: the perception of the urban space of Sarapul. The project is represented by a series of focus groups in two age segments: 18–30 years old and 31–50 years old. Two focus groups were conducted in each age segment. The participants were people who do not live permanently in the city of Sarapul, but regularly attend it. The uniqueness of Sarapul is perceived in the context of available natural resources, as well as cultural and historical heritage. The associative field, linked by focus group participants with the city of Sarapul, is similar in different age groups. It is divided into three semantic segments: Small Homeland, a cozy resting place and a deaf province. According to the results of the focus group studies, two concepts of perception of Sarapul can be distinguished. On the one hand, Sarapul is an old merchant city (in one format or another, the historical component of the city is decisive), on the other, the city is a factory. Changes occurring in the urban space of Sarapul today – the alignment of the tourist space of the city through the formation of certain tourist sites and attractions, is not perceived as a kind of common and obvious model, rather as separate pieces of the mosaic.

*Keywords:* city, urban space, perception of the city, construction of the tourist space of the city.

Received 11.09.2018

Borisova O.A., senior lecturer  
Udmurt State University  
Universitetskaya st., 1/6, Izhevsk, Russia, 426034  
E-mail: boa\_77@list.ru